

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Aktivitas manajemen pada setiap lembaga atau organisasi berkaitan dengan usaha mengembangkan potensi dan memimpin suatu tim atau sekelompok orang dalam suatu kesatuan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan tertentu dalam organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya.

PR dalam melaksanakan pekerjaannya menggunakan konsep – konsep manajemen untuk mempermudah pelaksanaan tugas – tugasnya, seperti membuat perencanaan, melakukan persiapan, melakukan aksi dan komunikasi, dan tindakan pengendalian yang disebut evaluasi. Proses humas sepenuhnya mengacu pada pendekatan manajerial.

Ahmad Dimyati (2018 : 168) dalam *Nyimak Journal of Communication* Vol. 2 No. 2 menjelaskan bahwa humas dalam berbagai konteks komunikasi (individual, organisasional, *governmental*, sosial, atau internasional) melakukan proses manajemen yang terpadu, terarah, dan tepat sasaran dalam mengefektifkan proses komunikasi. Hal tersebut ialah untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas pertukaran pesan dengan memaksimalkan pengelolaan sumberdaya komunikasi yang ada.

Manajemen *Public Relations* merupakan salah satu usaha dalam menciptakan hubungan harmonis antara badan atau organisasi dengan publiknya, melalui program kerja yang positif. Hubungan yang harmonis dalam arti saling

pengertian dan saling menguntungkan. Suatu hubungan “memberi dan menerima” antara kedua belah pihak sehingga terjalin suasana keakraban yang menyenangkan antara perusahaan dengan publiknya. Suasana yang mendorong ke arah majunya perusahaan yang bersangkutan beserta terciptanya stabilitas kehidupan masyarakat yang menarik semua pihak. Hubungan kerja tersebut dibentuk melalui kinerja yang positif, dalam arti berusaha secara sistematis dalam meningkatkan pengertian, jasa baik, dan kepercayaan publik, serta secara intensif menghilangkan atau mengurangi suara-suara negatif dari publiknya.

Manajemen PR berarti penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi. Rangkaian proses ini dilakukan melalui pengelolaan program yang dilakukan oleh bagian PR, bahwa lembaga atau organisasi mampu menangani publiknya dengan tepat.

Pemerintahan pun memiliki bagian PR atau humas yang melaksanakan fungsi-fungsi tersebut, adapun tiga fungsi utama yang harus dijalankan oleh pemerintah, yaitu fungsi pelayan masyarakat (*public service function*), fungsi pembangunan (*development function*) dan fungsi perlindungan (*protection function*). Latar belakang dari program KBB *Quick Response* diawali dari dibentuknya program Jabar *Quick Response* sebagai bagian dari program 100 hari kepemimpinan Ridwan Kamil dan Uu Rizhanul Ulum sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat, dengan target pada tahun 2019 setiap Kota atau Kabupaten memiliki sistem *quick response*. Pemerintah Kabupaten Bandung Barat dalam menjalankan fungsi pelayanan kepada masyarakat telah menjalankan

program *quick response* sejak tanggal 10 Oktober 2018, yang merupakan tindak lanjut dari program Jabar *Quick Response*, sebagai wadah bagi masyarakat untuk menyampaikan keluhan maupun aspirasinya kepada Pemerintah Kabupaten Bandung Barat. Sistem *quick reponse* ini dibuat untuk menjawab permasalahan sosial yang bersifat kedaruratan.

Dihimpun dari laman website pikiran rakyat Wakil Bupati Bandung Barat Hengky Kurniawan mengatakan :

"Pak Gubernur (Ridwan Kamil) kan sudah mengeluarkan Jabar *Quick Response*, dan kami (Pemkab Bandung Barat) langsung mengikuti keinginan Pak Gubernur. Kami bersyukur mendapat apresiasi beliau. (<https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/2018/10/11/menelaah-kbb-quick-response-aplikasi-pengaduan-untuk-warga-bandung-barat>, diakses 11 maret 2019 pkl. 09.41 WIB) "

Sesuai dengan jargon "Bandung Barat Lumpat", menurut Wakil Bupati Bandung Barat tersebut , Pemerintah Kabupaten Bandung Barat berupaya terus melakukan inovasi pelayanan pemerintah. KBB *Quick Response* merupakan salah satunya, seperti halnya yang diterapkan di Provinsi Jawa Barat.

Data dari pra wawancara yang dilakukan oleh peneliti menurut Senny selaku staf Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat yaitu :

*Quick response* itu sendiri kan sebagai wadah, wadah bagi masyarakat buat ngadu buat menyampaikan aspirasi. Disitu juga kan judulnya bukan *quick response* seperti jabar kan, layanan aspirasi dan pengaduan *online* disitu kan. Terus *quick response* itu kan kalau di jabar bentuknya bukan *WhatsApp*, teks kan *by* teks sms, nah kalau di kita *WhatsApp*. Karena ya, karena baru juga gitu ya baru, dibikinlah sistemnya secara *WhatsApp* itu. (wawancara dilakukan pada hari Rabu, 6 Maret 2019 pukul 11.51 WIB)

Berdasarkan data hasil pra wawancara di atas, *quick response* sebagai layanan aspirasi dan pengaduan *online* sebagai wadah bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi maupun aduannya kepada pemerintah dengan teknis

penyampainnya melalui teks dalam jaringan yang memanfaatkan aplikasi *WhatsApp*.

Masyarakat tidak melulu mendukung jalannya pemerintahan, ada kalanya masyarakat memberikan umpan balik yang bersifat negatif. *Public relations* yang efektif dimulai dengan mendengar, yang memerlukan keterbukaan dan upaya sistematis. Pemerintah Kabupaten Bandung Barat melalui program KBB *Quick Reponse* memberikan ruang terhadap masyarakat yang ingin menyampaikan aspirasi maupun keluhannya tersebut, dapat langsung disampaikan melalui nomor *WhatsApp* KBB *Quick Response* untuk kemudian diverifikasi. Jika dapat dijawab langsung maka verifikator dapat langsung memberikan jawaban, jika tidak maka akan di disposisi ke dinas terkait untuk ditanggapi.

Sebelum adanya KBB *Quick Response*, masyarakat Bandung Barat menyampaikan permasalahannya melalui aplikasi (Sistem Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Nasional) SP4N-LAPOR (Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat), yang diluncurkan kepada publik sejak tahun 2013, yaitu sebuah sarana aspirasi dan pengaduan berbasis media sosial yang dapat diakses melalui situs, sms, atau melalui aplikasi *mobile*, terpadu dengan 81 Kementerian atau Lembaga, 5 Pemerintah Daerah, serta 44 BUMN di Indonesia. Diinisiasi oleh Unit Kerja Presiden Bidang Pengawasan dan Pengendalian Pembangunan (UKP-PPP), dalam rangka meningkatkan partisipasi masyarakat sekaligus interaksinya dengan pemerintah dalam melakukan pengawasan program pembangunan dan pelayanan publik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses manajemen *public relations* yang dilakukan pihak humas dalam proses pelaksanaan program. Pengaduan masyarakat dapat berupa infrastruktur, ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan lain sebagainya. Pihak humas harus bersifat netral, hal tersebut suatu waktu dapat menjadi penghubung, karena masyarakat perlu penyaluran aspirasi, keinginan, maupun harapan. Proses yang dilakukan tersebut dengan sinergisitasnya, diharapkan dapat membantu dalam menjalankan pemerintahan agar berjalan dengan lancar.

Berdasarkan fenomena yang diangkat, peneliti mencermati bahwa banyak lembaga atau organisasi saat ini bersaing dengan meningkatkan kualitasnya, membangun, menciptakan, dan menjaga hubungan yang baik dengan semua publiknya. Masyarakat disini khususnya sebagai salah satu publik eksternal dari lembaga perlu dijaga hubungan baiknya agar senantiasa bersinergi dalam menjaga kelancaran pemerintahan.

Peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, pendekatan interpretif, dan paradigma konstruktivistik. Studi deskriptif kualitatif bertujuan untuk mengeksplorasi dan mendeskripsikan bagaimana proses manajemen *public relations* melalui program KBB *quick response* yang dilakukan oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat.

## **1.2. Fokus Penelitian**

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, untuk membatasi wilayah penelitian maka fokus penelitian ini yaitu “Manajemen *Public Relations* Program

KBB *Quick Response* Di Pemerintah Kabupaten Bandung Barat (Studi Deskriptif Pada Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat)”).

Pertanyaan penelitian yaitu sebagai berikut :

- 1) Bagaimana Proses Mendefinisikan Masalah atau Peluang Program KBB *Quick Response* yang dilakukan oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat ?
- 2) Bagaimana Proses Perencanaan dan Pemrograman Program KBB *Quick Response* yang dilakukan oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat ?
- 3) Bagaimana Proses Pengambilan Tindakan dan Komunikasi Program KBB *Quick Response* yang dilakukan oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat ?
- 4) Bagaimana Proses Evaluasi Program KBB *Quick Response* yang dilakukan oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Merujuk pada fokus penelitian serta pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui bagaimana proses mendefinisikan masalah atau peluang program KBB *Quick Response* yang dilakukan oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat
- 2) Untuk mengetahui bagaimana proses perencanaan dan pemrograman program KBB *Quick Response* yang dilakukan oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat

- 3) Untuk mengetahui bagaimana proses pengambilan tindakan dan komunikasi program KBB *Quick Response* yang dilakukan oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat
- 4) Untuk mengetahui bagaimana proses evaluasi program KBB *Quick Response* yang dilakukan oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan pada fokus penelitian, pertanyaan penelitian, dan tujuan penelitian, maka kegunaan penelitian ini dibagi dalam dua kategori, yaitu :

##### **1.4.1. Secara Akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan Ilmu Komunikasi, khususnya bidang studi Hubungan Masyarakat berkaitan dengan Manajemen *Public Relations* dalam kajian teoritis sebagai informasi yang faktual berdasarkan pendekatan studi deskriptif yang bersifat kualitatif mengenai gambaran yang meliputi manajemen *public relations* yang dilakukan oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat. Penelitian ini juga diharapkan nantinya dapat berguna sebagai salah satu referensi atau kerangka acuan untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

##### **1.4.2. Secara Praktis**

Kegunaan hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan peneliti, dan dengan terjun langsung ke lapangan dapat memberikan pengalaman belajar yang menumbuhkan keterampilan peneliti

dengan mengetahui proses mendefinisikan masalah atau peluang, proses perencanaan dan pemrograman, proses pengambilan tindakan dan komunikasi, dan proses evaluasi program pengelolaan keluhan yang dilakukan oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat. Penelitian ini berguna menjadi masukan juga informasi bagi pemerintahan yang bersangkutan dalam rangka mengembangkan manajemen *public relations* program KBB *Quick Response* di Kabupaten Bandung Barat. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi informasi maupun masukan, khususnya bagi peneliti sendiri dan umumnya bagi mahasiswa lainnya dalam melihat fakta – fakta di lapangan.

## **1.5. Landasan Pemikiran**

### **1.5.1. Hasil Penelitian Sebelumnya**

Kajian literatur dalam penelitian akan diawali dengan pemaparan hasil penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian ini, yang memiliki keterkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan sehingga peneliti mendapat rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai,

**Pertama**, penelitian yang dilakukan oleh Utami Ning Kurnia, mahasiswa Ilmu Komunikasi Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung, pada tahun 2015. Penelitian ini berjudul Manajemen *Public Relations* Dalam Membentuk *Brand Image Product* Chocodot Sebagai Oleh – Oleh Khas Kota Garut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan analisis deskriptif.

Perbedaan penelitian Utami Ning Kurnia terdapat pada tujuan penelitian yang digunakan, penelitian Utami Ning Kurnia bertujuan untuk mengetahui



bagaimana Manajemen *Public Relations* melalui pembentukan *Brand Image Product* Chocodot sebagai oleh – oleh khas Kota Garut, dengan hasil penelitian didapatkan bahwa 85% responden mengetahui Chocodot psebagai oleh – oleh khas Kota Garut, sedangkan pada penelitian yang akan dilaksanakan bertujuan untuk mengetahui bagaimana Manajemen *Public Relations* dalam pelaksanaan Program KBB *Quick Response* oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat.

**Kedua**, penelitian yang dilakukan oleh Andika Pakaradena, mahasiswa Program Studi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran pada tahun 2018. Penelitian ini berjudul Proses *Public Relations* Dalam Program “Layar Tancap Untuk Semua” Oleh SCTV. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan studi deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan pada tahap *defining the problem*, analisis situasi yang dilakukan Departemen *Program Communication* peneliti masih kurang mengetahui analisis situasi yang sesungguhnya dilakukan. Pada tahap *planning and programming*, dilakukan perencanaan dengan baik. Pada tahap *action and communicating*, dilakukan dengan baik berkoordinasi dengan *Event Organizer* Departemen *Marketing Communication*. Pada tahap *evaluating the program*, belum dilakukan dengan baik karena proses evaluasi hanya dilakukan dengan mengukur kehadiran pengunjung.

Perbedaan penelitian Andika Pakaradena terdapat pada tujuan penelitian yang digunakan, penelitian lebih fokus untuk mengetahui pelaksanaan Program “Layar Tancap Untuk Semua” oleh Departemen *Program Communication* SCTV

berdasarkan Proses *Public Relations*, sedangkan pada penelitian yang akan dilaksanakan bertujuan untuk mengetahui bagaimana Manajemen *Public Relations* dalam pelaksanaan Program KBB *Quick Response* oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat.

**Ketiga**, penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Dimyati dalam Nyimak *Journal of Communication* Vol. 2 No. 2, tahun 2018 pp. 167-185. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang. Penelitian ini berjudul Manajemen Public Relations dan Reputasi Organisasi Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus eksploratif jenis *single case holistic*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa LAZ Dompot Dhuafa tidak melakukan riset khusus terkait perencanaan program; riset yang dilakukan hanya melalui fakta-fakta baru di lapangan melalui program-program yang sudah ada sebelumnya. Perencanaan program tematik dan nontematik LAZ Dompot Dhuafa dilakukan melalui rapat kerja tahunan, sementara pesan utama yang ingin disampaikan kepada pihak eksternal disampaikan melalui website resmi dan media sosial. Adapun evaluasi program yang dilakukan tidak melibatkan publik eksternal.

Perbedaan penelitian Ahmad Dimyati terdapat pada tujuan penelitian yang digunakan, bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses manajemen *public relations* dan reputasi organisasi yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa, sedangkan pada penelitian yang akan dilaksanakan bertujuan untuk mengetahui bagaimana Manajemen *Public Relations* dalam pelaksanaan

Program KBB *Quick Response* oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat.

**Keempat**, penelitian yang dilakukan oleh Elfridawati Mai Duhani dalam *e-journal Al-Iltizam* Vol.1 No.1, tahun 2016. Penelitian ini berjudul Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus Di Masrasah Ibtidaiyah Terpadu (MIT) As-Salam Ambon. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan studi kasus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen humas dalam meningkatkan mutu madrasah di MIT As-Salam masih secara umum terintegral dengan pengelolaan manajemen berbasis madrasah. Perbedaan penelitian Elfridawati Mai Duhani terdapat pada tujuan penelitian yang digunakan, secara khusus penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan tentang manajemen humas dalam meningkatkan mutu madrasah yang diadakan oleh MIT As-Salam Ambon, sedangkan pada penelitian yang akan dilaksanakan bertujuan untuk mengetahui bagaimana Manajemen *Public Relations* dalam pelaksanaan Program KBB *Quick Response* oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat.

**Kelima**, penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Hasan dalam *e-journal STAIN Pamekasan* Vol.14 No.1, tahun 2017. Penelitian ini berjudul Manajemen *Public Relations* Dalam Membangun Citra dan Kontestasi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta (Studi Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Syaikhona Moh. Kholil Bangkalan). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan studi kasus.

Hasil penelitiannya adalah, pertama, keberadaan public relation terintegrasi di masing – masing lini organisasi. Kedua, Strategi public relations yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pendidikan yaitu dengan peningkatan kualitas pendidikan internal dan eksternal. Ketiga, peranan yang dilakukan public relations dalam rangka meningkatkan citra yaitu melalui pengembangan program pendidikan, dan melakukan kerja sama dengan pihak-pihak di luar kampus. Keempat, Strategi kontestasi yang dijalankan adalah modal sosial, peningkatan mutu pelayanan pendidikan bagi mahasiswa, kerjasama dengan beberapa organisasi, dan melakukan kegiatan komunikasi publik.

Perbedaan penelitian Mohammad Hasan terdapat pada tujuan penelitian yang digunakan, secara khusus penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan tentang manajemen humas dalam membangun citra dan kontestasi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta khususnya pada Sekolah Tinggi Agama Islam Syaikhona Moh. Kholil Bangkalan, sedangkan pada penelitian yang akan dilaksanakan bertujuan untuk mengetahui bagaimana Manajemen *Public Relations* dalam pelaksanaan Program KBB *Quick Response* oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat.

Tabel 1.1  
Hasil Penelitian Sebelumnya

No	Nama/ Judul Penelitian	Metode/Hasil Penelitian	Persamaan dengan Penelitian Terdahulu	Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu
1.	Utami Ning Kurnia (2015). Manajemen <i>Public</i>	Kualitatif (Analisis Deskriptif). Hasil penelitian	Persamaan dengan penelitian terdahulu ini ialah dari konteks tema	Perbedaan dengan penelitian terdahulu ini ialah dalam perbedaan

	<p><i>Relations</i> Dalam Membentuk <i>Brand Image</i> <i>Product</i> (Analisis Deskriptif Proses Pembentukan <i>Brand Image</i> <i>Product</i> Chocodot Sebagai Oleh- Oleh Khas Kota Garut).</p>	<p>ini menunjukan bahwa 85% responden mengetahui Chocodot sebagai oleh – oleh khas Kota Garut.</p>	<p>yaitu sama-sama dalam ruang lingkup manajemen <i>public relations</i>.</p>	<p>tujuan penelitian yang digunakan. Penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui bagaimana Manajemen <i>Public Relations</i> melalui pembentukan <i>Brand Image Product</i> Chocodot sebagai oleh – oleh khas Kota Garut, sedangkan pada penelitian yang akan dilaksanakan bertujuan untuk mengetahui bagaimana Manajemen <i>Public Relations</i> dalam pelaksanaan Program KBB <i>Quick Response</i> oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat.</p>
2	<p>Andika Pakaradena (2018). Proses <i>Public Relations</i> Dalam Program “Layar Tancap Untuk Semua” Oleh SCTV (Studi Deskriptif Pelaksanaan Program Oleh Departemen <i>Program</i> <i>Communication</i> SCTV di</p>	<p>Kulitatif (Studi Deskriptif). Hasil penelitian ini menunjukan bahwa pada tahap <i>defining the problem</i>, analisis situasi yang dilakukan Departemen <i>Program Communication</i> peneliti masih kurang mengetahui analisis situasi yang</p>	<p>Persamaan dengan penelitian terdahulu ini ialah dari konsep yang digunakan pada penelitian.</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian terdahulu ialah dalam perbedaan tujuan penelitian yang digunakan. Penelitian terdahulu lebih fokus untuk mengetahui pelaksanaan Program “Layar Tancap Untuk Semua” oleh Departemen <i>Program Communication</i> SCTV berdasarkan</p>

	Sukoharjo, Jawa Tenga	sesungguhnya dilakukan. Pada tahap <i>planning and programming</i> , dilakukan perencanaan dengan baik. Pada tahap <i>action and communicating</i> , dilakukan dengan baik. Pada tahap <i>evaluating the program</i> , belum dilakukan dengan baik		Proses <i>Public Relations</i> , sedangkan pada penelitian yang akan dilaksanakan bertujuan untuk mengetahui bagaimana Manajemen <i>Public Relations</i> dalam pelaksanaan Program KBB <i>Quick Response</i> oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat.
3	Ahmad Dimyati (Nyimak <i>Journal of Communicatio</i> n Vol. 2 No. 2, tahun 2018 pp.167-185). Manajemen Public Relations dan Reputasi Organisasi Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa.	Kualitatif (studi kasus eksploratif jenis <i>single case holistic</i> ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa LAZ Dompot Dhuafa tidak melakukan riset khusus terkait perencanaan program; Perencanaan program tematik dan nontematik LAZ Dompot Dhuafa dilakukan melalui rapat kerja tahunan, sementara pesan utama yang ingin disampaikan kepada pihak eksternal disampaikan melalui website	Persamaan dengan penelitian terdahulu ini ialah dari konteks tema yaitu sama-sama dalam ruang lingkup manajemen <i>public relations</i> .	Perbedaan dengan penelitian terdahulu ini terdapat pada tujuan penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses manajemen <i>public relations</i> dan reputasi organisasi yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa, sedangkan pada penelitian yang akan dilaksanakan bertujuan untuk mengetahui bagaimana Manajemen <i>Public Relations</i> dalam pelaksanaan Program KBB <i>Quick Response</i> oleh Humas

		resmi dan media sosial. Adapun evaluasi program yang dilakukan tidak melibatkan publik eksternal.		Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat.
4	Elfridawati Mai Duhani ( <i>e-journal Al-Iltizam</i> Vol.1 No.1, tahun 2016). Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus Di Masrasah Ibtidaiyah Terpadu (MIT) As-Salam Ambon.	Kualitatif (Studi Kasus). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen humas dalam meningkatkan mutu madrasah di MIT As-Salam masih secara umum terintegral dengan pengelolaan manajemen berbasis madrasah.	Persamaan dengan penelitian terdahulu ini ialah dari konteks tema yaitu sama-sama dalam ruang lingkup manajemen <i>public relations</i> .	Perbedaan dengan penelitian terdahulu ini terdapat pada tujuan penelitian. Penelitian terdahulu secara khusus bertujuan untuk mengungkapkan tentang manajemen humas dalam meningkatkan mutu madrasah yang diadakan oleh MIT As-Salam Ambon, sedangkan pada penelitian yang akan dilaksanakan bertujuan untuk mengetahui bagaimana Manajemen <i>Public Relations</i> dalam pelaksanaan Program KBB <i>Quick Response</i> oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat.
5	Mohammad Hasan ( <i>e-journal STAIN Pamekasan</i> Vol.14 No.1, tahun 2017). Manajemen <i>Public</i>	Kualitatif (Studi Kasus). Hasil penelitian adalah, pertama, keberadaan public relation terintegrasi di masing –	Persamaan dengan penelitian terdahulu ini ialah dari konteks tema yaitu sama-sama dalam ruang lingkup manajemen	Perbedaan dengan penelitian terdahulu ini terdapat pada tujuan penelitian. Penelitian terdahulu secara khusus bertujuan

	<p><i>Relations</i> Dalam Membangun Citra dan Kontestasi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta (Studi Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Syaikhona Moh. Kholil Bangkalan).</p>	<p>masing lini organisasi. Kedua, Strategi public relations yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pendidikan yaitu dengan peningkatan kualitas pendidikan internal dan eksternal. Ketiga, peranan yang dilakukan public relations dalam rangka meningkatkan citra yaitu pendidikan, dan melakukan kerja sama dengan pihak-pihak di luar kampus. Keempat, Strategi kontestasi yang dijalankan adalah modal sosial, peningkatan mutu pelayanan pendidikan bagi mahasiswa, kerjasama dengan beberapa organisasi, dan melakukan kegiatan komunikasi publik.</p>	<p><i>public relations.</i></p>	<p>untuk mengungkapkan tentang manajemen humas dalam membangun citra dan kontestasi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta khususnya pada Sekolah Tinggi Agama Islam Syaikhona Moh. Kholil Bangkalan, sedangkan pada penelitian yang akan dilaksanakan bertujuan untuk mengetahui bagaimana Manajemen <i>Public Relations</i> dalam pelaksanaan Program KBB <i>Quick Response</i> oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat.</p>
--	---	--	---------------------------------	---



### 1.5.2. Landasan Teoritis

Kemunculan istilah manajemen *public relations* dalam sejarah dijelaskan Cutlip, Center dan Broom (dalam Ruslan, 2012:28) bahwa hal tersebut berkenaan dengan suatu metode *public relations* saat menghadapi krisis pada tahun 1906. Seorang tokoh *public relations* pertama yang berlatar belakang jurnalis, Ivy Ledbetter Lee, mengajukan manajemen *public relations* sebagai salah satu solusi atau sebagai jalan keluar untuk mengatasi krisis yang tengah terjadi di industri batu bara di Amerika Serikat sebagai akibat pemogokan massal untuk meminta kenaikan upah.

Manajemen menurut George R. Terry yang dijabarkan dalam buku Effendi, *Asas Manajemen* (2015:3), bahwa manajemen merupakan penentuan dan pencapaian sasaran – sasaran dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber – sumber lainnya melalui proses yang terdiri dari tindakan – tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian

Dalam mencapai tujuan komunikasi yang efektif, diaplikasikan fungsi – fungsi manajemen yang disesuaikan dengan unsur – unsur komunikasi. Manajemen akan menjadi penggerak aktivitas komunikasi dalam mencapai tujuan komunikasi.

### 1.5.3. Kerangka Konseptual

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan konsep manajemen *public relations* menurut Scott M. Cutlip, Allen H. Center, dan Glen M. Broom yang dijabarkan dalam bukunya *Effective Public Relations* (2011: 320), bahwa proses manajemen *public relations* sepenuhnya mengacu kepada pendekatan manajerial,

dijabarkan pada tahapan manajemen yang dilakukan melalui “Empat tahapan atau langkah-langkah pokok” dalam proses kegiatannya yang menjadi landasan acuan untuk pelaksanaan program kerja kehumasan, yaitu :

- 1) Tahap pertama, *defining PR problems* (mendefinisikan masalah atau peluang PR). Langkah pertama ini mencakup analisis situasi berupa pengkajian dan pemantauan opini, sikap dan perilaku yang terkait dengan tindakan dan kebijakan organisasi. Tahap ini memberikan landasan bagi tahap – tahap lainnya dalam proses penyelesaian masalah, dengan menentukan “Apa yang sedang terjadi saat ini?”
- 2) Tahap kedua, *planning and programming* (perencanaan dan pemrograman) Tahap ini berdasarkan informasi yang dikumpulkan dalam langkah pertama, kemudian digunakan untuk mempertimbangkan strategi dan mewujudkannya ke dalam kebijakan – kebijakan serta program – program organisasi. Langkah kedua ini berusaha menjawab,”Didasarkan pada apa kita telah mempelajari situasi, apa yang akan kita ubah atau lakukan dan katakan?”
- 3) Tahap ketiga, *taking action and communicating* (mengambil tindakan dan berkomunikasi). Tahap ini merupakan perwujudan tindakan program dan komunikasi dalam rangka mencapai tujuan program. Pertanyaan dalam tahap ini adalah “Siapa yang akan melakukan dan memberititahukan program ini serta kapan, di mana dan bagaimana?”
- 4) Tahap terakhir, *evaluating the program* (evaluasi program). Langkah terakhir dalam proses ini mencakup penilaian atas persiapan,

implementasi, dan hasil dari program. Program akan dilanjutkan atau dihentikan tergantung dari “Bagaimana yang sedang kita kerjakan atau bagaimana yang telah kita kerjakan?”.

Keempat tahap di atas menunjukkan korelasi atau hubungan fungsional *public relations* dengan manajemen dalam upaya mencapai tujuan dan sasaran organisasi dimana *public relations* dan manajemen itu beroperasi. Keempat tahap itu kait-mengait secara holistik yang merupakan proses yang berkesinambungan (*continuing process*).

## **1.6. Langkah – Langkah Penelitian**

### **1.6.1. Lokasi Penelitian**

Lokasi pengambilan data dalam penelitian ini bertempat di Pemerintah Kabupaten Bandung Barat, yang bertempat di Jl. Raya Padalarang - Cisarua Km. 2 Desa Mekarsari Kecamatan Ngamprah Kabupaten Bandung Barat 40552 Jawa Barat Indonesia. Karena berdasarkan penelitian yang akan dilaksanakan, lokasi tersebut memiliki ketersediaan sumber data penelitian yang dibutuhkan oleh peneliti.

### **1.6.2. Paradigma dan Pendekatan**

#### **1) Paradigma Konstruktivistik**

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik. Prinsip utama dari paradigma konstruktivistik adalah bagaimana peristiwa atau realitas dikonstruksi, dan dengan cara apa konstruksi itu dibentuk. Von Grasselfeld dalam buku Ardianto yang berjudul Metodologi Penelitian untuk *Public*

*Relations* (2016: 154), menjelaskan konstruktivisme berpegang bahwa individu membentuk suatu realitas sosial berdasarkan pengetahuan yang didapat dan dibentuknya sendiri.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivistik pada penelitian yang dilakukan. Paradigma konstruktivistik ini memandang realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang, oleh karena itu peneliti menggunakan paradigma ini untuk mendapatkan pemahaman yang membantu proses intepretasi suatu peristiwa.

## 2) Pendekatan Interpretif

Pendekatan interpretif berangkat dari upaya untuk mencari penjelasan tentang peristiwa-peristiwa sosial atau budaya yang didasarkan pada perspektif dan pengalaman orang yang diteliti. Pendekatan interpretatif diadopsi dari orientasi praktis. Secara umum pendekatan interpretatif merupakan sebuah sistem sosial yang memaknai perilaku secara detail langsung mengobservasi.

Berdasarkan pendekatan interpretif, situasi sosial dapat memiliki makna yang banyak dan diinterpretasikan dengan berbagai cara, oleh karena itu peneliti menggunakan pendekatan interpretif pada penelitian yang dilakukan untuk menginterpretasikan fenomena yang diteliti berdasarkan hasil temuan lapangan.

### 1.6.3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif-kualitatif. Tujuan dari metode penelitian deskriptif-kualitatif ini adalah

untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi.

Peneliti menggunakan metode deskriptif-kualitatif dalam penelitian ini, karena penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan mendeskripsikan bagaimana proses manajemen *public relations* melalui program KBB *quick response* yang dilakukan oleh Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Bandung Barat.

#### **1.6.4. Jenis Data dan Sumber Data**

##### **1) Jenis Data**

Jenis data yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah :

- (1) Data proses pendefinisian masalah atau peluang program KBB *quick response* yang dilakukan oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat
- (2) Data proses perencanaan dan pemrograman program KBB *quick response* yang dilakukan oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat
- (3) Data proses pengambilan tindakan dan komunikasi program KBB *quick response* yang dilakukan oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat
- (4) Data proses evaluasi program KBB *quick response* yang dilakukan oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat

##### **2) Sumber Data**

- (1) Untuk mendapatkan data mengenai proses pendefinisian masalah atau peluang program KBB *quick response* yang dilakukan oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat, didapat dari Kepala Bagian Humas Sekretariat Daerah KBB sebagai sumber data primer, sedangkan sumber data sekunder ialah Staf Humas Sekretariat Daerah KBB.
- (2) Untuk mendapatkan data mengenai proses perencanaan dan pemrograman program KBB *quick response* yang dilakukan oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat, didapat dari Kepala Bagian Humas Sekretariat Daerah KBB sebagai sumber data primer, sedangkan sumber data sekunder ialah Staf Humas Sekretariat Daerah KBB.
- (3) Untuk mendapatkan data mengenai proses pengambilan tindakan dan komunikasi program KBB *quick response* yang dilakukan oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat, didapat dari Kepala Bagian Humas Sekretariat Daerah KBB sebagai sumber data primer, sedangkan sumber data sekunder ialah Staf Humas Sekretariat Daerah KBB.
- (4) Untuk mendapatkan data mengenai proses evaluasi program KBB *quick response* yang dilakukan oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat, didapat dari Kepala Bagian Humas Sekretariat Daerah KBB sebagai sumber data primer, sedangkan sumber data sekunder ialah Staf Humas Sekretariat Daerah KBB.

### 1.6.5. Penentuan Informan atau Unit Penelitian

#### 1) Informan dan Unit Analisis

Penelitian yang akan diteliti ini menggunakan informan untuk menjadi subjek penelitian, yang merupakan orang atau pelaku yang benar – benar mengetahui dan menguasai serta terlibat langsung dengan fokus penelitian. Peneliti menentukan informan ialah publik internal atau pegawai Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat, baik yang berkedudukan sebagai Kepala Bagian, staf, atau lain sebagainya yang berada dalam cakupan Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat.

Suprayogo dan Tobroni (2001: 48), mengatakan bahwa unit analisis merupakan sesuatu yang berkaitan dengan fokus atau komponen yang diteliti. Unit analisis suatu penelitian dapat berupa individu, kelompok, organisasi, benda, dan waktu tertentu sesuai dengan fokus permasalahannya. Peneliti menentukan unit analisis penelitian ini mencakup mengenai Manajemen *Public Relations* dalam pelaksanaan Program KBB *Quick Response*.

#### 2) Teknik Penentuan Informan

Informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu peneliti sengaja menentukan informannya sendiri berdasarkan pertimbangan tertentu dan berdasarkan kriteria sampel yang akan diteliti. Teknik pengambilan sampel berdasarkan penilaian peneliti mengenai siapa saja yang dirasa sesuai. Sugiyono (2011: 53-54), menjelaskan bahwa *purposive sampling* merupakan cara menentukan informan yang ditetapkan

secara sengaja atas dasar kriteria dan pertimbangan tertentu, dan menurut peneliti dapat memberikan informasi dengan jelas.

Subjek penelitian yang dijadikan sebagai informan adalah Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat dengan kriteria :

- (1) Informan adalah Kepala Bagian Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat, peneliti menentukan kriteria ini dengan alasan bahwa informan sudah cukup memahami fungsi dan ruang lingkup kerja kehumasan.
- (2) Informan adalah staf Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat, peneliti menentukan kriteria ini dengan alasan bahwa informan merupakan individu – individu yang berhubungan langsung dalam program KBB *quick response*.
- (3) Informan adalah staf Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat yang memiliki jam terbang atau periode kerja minimal 1 tahun. Peneliti menganggap bahwa dalam jangka waktu selama 1 tahun, seseorang yang bekerja di bidang kehumasan sudah dapat memahami fungsi dan ruang lingkup kerja *public relations*.

#### **1.6.6. Teknik Pengumpulan Data**

##### **1) Wawancara Mendalam (*In-Dept Interview*)**

Wawancara dilakukan kepada publik internal atau pegawai Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat, baik yang berkedudukan sebagai Kepala Bagian, staf, atau lain sebagainya yang berada dalam cakupan Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat.



Adapun wawancara yang dilakukan berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai Manajemen *Public Relations* dalam pelaksanaan Program KBB *Quick Response* oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung, mencakup data proses pendefinisian masalah atau peluang, perencanaan dan pemrograman, pengambilan tindakan dan komunikasi, dan proses evaluasi program KBB *quick response* yang dilakukan oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat.

## 2) Observasi Partisipatif Pasif

Penelitian ini menggunakan teknik observasi partisipasi pasif, yg artinya peneliti hanya berperan sebagai pengamat saja tanpa ikut ambil bagian atau melibatkan diri dalam pelaksanaannya.

Adapun hal – hal yang diobservasi ialah :

- (1) Pengambilan keputusan kebijakan program KBB *quick response*
- (2) Proses perencanaan dan pemrograman program KBB *quick response*
- (3) Proses pengambilan tindakan dan komunikasi program KBB *quick response*
- (4) Proses evaluasi program KBB *quick response*.

### 1.6.7. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, yaitu metode penelitian dengan fokus yang kompleks dan luas, serta bersifat subjektif dan menyeluruh.

Peneliti menganalisis data berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan kepada Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat, yang

dituangkan ke dalam sebuah karya tulis ilmiah. Hasil penelitian tidak akan ditambah atau dikurangi, akan tetapi dalam penjabarannya peneliti akan menggambarkan serta menafsirkannya berdasarkan hasil analisis peneliti.

Sistematika tahapan teknik analisis data sebagai berikut :

#### 1) Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan pentransformasian data kasar dari lapangan. Proses ini berlangsung selama penelitian ini dilakukan.

Reduksi data dilakukan dengan cara membuat ringkasan data, mengelompokkan data, memfokuskan temuan data pada hal – hal penting yang berkaitan dengan dalam pelaksanaan Manajemen *Public Relations* Program KBB *Quick Response* oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat, kemudian membuat rangkuman atau catatan memo sebagai dasar penyajian informasi data dan analisis selanjutnya.

#### 2) Penyajian Data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk mengambil simpulan dan pengambilan data berupa tabel dan bagan. Tujuannya adalah untuk memudahkan membaca dan mengambil simpulan dan saran yang tepat, oleh karena itu sajian datanya perlu tertata secara baik. Penyajian data dilakukan pada tahap ini oleh peneliti yaitu dengan menyusun sekumpulan informasi yang telah melalui tahapan reduksi tentang Manajemen *Public Relations* Program KBB *Quick Response* oleh Humas

Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Barat menjadi suatu pernyataan yang memungkinkan penarikan simpulan dan pengambilan tindakan.

### 3) Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Peneliti yang menggunakan penelitian kualitatif memutuskan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola – pola, penjelasan, konfigurasi yang memungkinkan. Kesimpulan penelitian berdasarkan reduksi dan penyajian data yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya. tahap awal simpulan masih bersifat longgar, kemudian diringkas lagi menjadi rinci dan mengakar. Simpulan yang masih longgar yang sudah dirumuskan, pada tahap reduksi data disimpulkan lagi pada tahap penyajian, dan akhirnya menjadi final pada tahap penarikan kesimpulan, yang merupakan makna – makna yang muncul dari data dan harus diuji kebenarannya atau validitasnya.

#### **1.6.8. Teknik Penentuan Keabsahan Data**

Teknik penentuan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi data. Patton dalam Moleong (2011: 330) menjelaskan bahwa triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan, atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Tujuan triangulasi adalah mengecek kebenaran data tertentu dengan membandingkannya dengan data yang diperoleh dari sumber lain, pada berbagai fase penelitian lapangan, pada waktu yang berlainan, dan dengan metode yang berlainan. Triangulasi dapat juga dilakukan dengan membandingkan antara hasil dua peneliti atau lebih, serta dengan menggunakan teknik yang berbeda, misalnya

observasi, wawancara, dan dokumen. Triangulasi tidak sekadar menilai kebenaran data, tetapi juga menyelidiki validitas tafsiran kita mengenai data tersebut.



### 1.6.9. Rencana Jadwal Penelitian

Tabel 1.2  
Rencana jadwal penelitian

No	Daftar Kegiatan	Des'18	Jan'19	Feb'19	Mar'19	Apr'19	Mei'19	Jun'19	Jul'19	Agst'19	Sep'19	Okt'19
<b>1</b>	<b>Tahapan Pertama : Observasi Lapangan dan Pengumpulan Data</b>											
	Pengumpulan Data Proposal Penelitian											
	Penyusunan Proposal Penelitian											
	Bimbingan Proposal Penelitian											
	Revisi Proposal Penelitian											
<b>2</b>	<b>Tahap Kedua : Usulan Penelitian</b>											
	Sidang Usulan Penelitian											
	Revisi Usulan Penelitian											
<b>3</b>	<b>Tahap Ketiga : Penyusunan Skripsi</b>											
	Pelaksanaan Penelitian											
	Analisis dan Pengolahan Data											
	Penulisan Skripsi											
	Bimbingan Skripsi											
<b>4</b>	<b>Tahap Keempat : Sidang Skripsi</b>											
	Bimbingan Akhir Skripsi											
	Sidang Skripsi											
	Revisi Skripsi											

Sumber : Hasil Olahan Penelitian